

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA KINH DOANH THƯƠNG MẠI

Đáp án: Đề 1: Đề 2: Mã đề:

Môn thi: HÀNH VI KHÁCH HÀNG

Khóa/Lớp: K24C - Học kỳ: 2 - Năm học: 2019-2020

Thời gian thi: 45 phút ; 60 phút ; 75 phút ; 90 phút ; 120 phút

Hình thức thi: Tự luận Trắc nghiệm Tự luận + Trắc nghiệm

Được sử dụng tài liệu - Không sử dụng tài liệu

Giảng viên biên soạn đề
(Ký và ghi rõ họ tên)



ThS. Nguyễn Thị Bích Nguyễn

Trưởng Khoa/Bộ môn duyệt
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHẦN I – TRẮC NGHIỆM (4 điểm)

BẢNG TRẢ LỜI TRẮC NGHIỆM

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	C	A	A	D	C	A	B	D	A	A	D	D	D	B	C	B	C	B	A

PHẦN II – TỰ LUẬN (6 điểm)

Câu 1 (3 điểm): Hãy phân tích tối thiểu 3 ưu điểm và 3 nhược điểm của việc sử dụng các nhân vật nổi tiếng trong các quảng cáo (2 điểm). Nêu dẫn chứng bằng cách phân tích thái độ của bạn đối với một quảng cáo cụ thể có sử dụng nhân vật nổi tiếng (1 điểm).

- 3 ưu điểm hợp lý của việc sử dụng các nhân vật nổi tiếng trong các thông điệp quảng cáo (1 điểm)
- 3 nhược điểm hợp lý của việc sử dụng các nhân vật nổi tiếng trong các thông điệp quảng cáo (1 điểm)
- Lấy ví dụ và phân tích chính xác (1 điểm)

Câu 2 (3 điểm): Trình bày mô hình hành vi của người tiêu dùng (2 điểm)? Theo bạn, yếu tố nào cần được doanh nghiệp quan tâm nhất trong mô hình này. Hãy giải thích lý do (1 điểm)

- Trình bày mô hình hành vi của người tiêu dùng đầy đủ các yếu tố (2 điểm): Môi trường, hộp đen ý thức, phản ứng của người tiêu dùng.
- Giải thích hợp lý yếu tố cần được doanh nghiệp quan tâm nhất trong mô hình (1 điểm)